

## Communiqué

Paris, le 8 novembre 2023

# Journée Mondiale des Toilettes (19 novembre 2023)

## 8 enfants sur 10 se retiennent encore d'aller aux toilettes à l'école

## Pourtant des solutions existent, il est temps de les généraliser !



***Engagés depuis plusieurs années pour un meilleur usage des toilettes à l'école et pour briser les tabous de l'hygiène, la marque Harpic (Groupe Reckitt) et le Groupe Essity, membres du collectif « A nous les toilettes », dévoilent les résultats de leur enquête<sup>1</sup> et appellent à la généralisation de solutions efficaces.***

A l'occasion de la Journée Mondiale des Toilettes ce 19 novembre, les résultats de la 4<sup>ème</sup> édition de l'enquête Essity-Harpic-Toluna Harris Interactive révèlent la persistance de difficultés empêchant les enfants d'aller aux toilettes à l'école. Ainsi, 8 enfants sur 10 indiquent encore se retenir d'aller aux toilettes. Conséquence, un impact important sur leur santé et leur apprentissage. Néanmoins, la situation des toilettes scolaires semble légèrement s'améliorer, du point de vue des enfants comme de leurs parents. Par exemple, le sentiment que les toilettes fonctionnent bien et sont bien équipées progresse. Ces efforts peuvent s'expliquer par la mobilisation croissante de tous les acteurs, dont des élus au sein des collectivités et du Parlement.

*« La question de l'hygiène des toilettes doit être portée au plus haut niveau. C'est un enjeu de santé publique, d'éducation, et de dignité pour nos enfants. Nous devons aider les communes et les écoles à trouver des solutions adaptées à leurs besoins et uniformisées, à l'échelle nationale, pour traiter tous les territoires sur un plan d'égalité »,* affirme **Nathalie Delattre, Sénatrice de la Gironde.**

Alors que la situation demeure encore difficile pour les écoliers et écolières, l'étude explore des solutions pour en évaluer la pertinence auprès des parents et des enfants.

*« Depuis 2015, Essity alerte sur la nécessité de réagir face au tabou des toilettes scolaires. Malgré plusieurs problèmes persistants, nous saluons la prise en compte croissante de ce sujet au bénéfice du bien-être des enfants. Compte tenu des conséquences physiques et psychologiques sur les enfants et des répercussions sur leurs résultats scolaires, nous sommes convaincus que ces efforts doivent être*

---

<sup>1</sup> Enquête réalisée auprès de 612 enfants âgés de 6 à 11 ans et de 404 parents.

*poursuivis et amplifiés par l'ensemble des acteurs* », déclare **Marie-Claire Boslowsky, Présidente d'Essity en France**.

*« Tout le monde a le droit de se sentir bien aux toilettes. Cet objectif paraît simple et pourtant 8 enfants sur 10 évitent ce lieu à l'école, avec des conséquences sur leur santé et leur apprentissage. C'est pourquoi la marque Harpic s'engage depuis 2019 dans le programme A nous les toilettes. En se mettant à hauteur d'enfant pour comprendre les raisons de cet évitement – en premier lieu l'hygiène – mais surtout proposer des outils pour améliorer l'usage et le respect des toilettes. Nous nous réjouissons que ce programme réunisse de plus en plus d'acteurs pour porter ces solutions – ensemble nous parviendrons à faire baisser ce chiffre alarmant* », ajoute **Marco Monti, Directeur Reckitt France**.

### **Hygiène et tabou social sont à l'origine de la persistance du problème des toilettes scolaires...**

Cette année encore, l'étude relève que le manque d'hygiène constitue le principal frein à l'utilisation des toilettes de l'école. Toujours près d'un enfant sur deux déclare qu'elles sentent souvent mauvais (55%) ou qu'elles sont sales (48%). Un chiffre clairement plus élevé chez les garçons que chez les filles.

Deuxième raison expliquant le problème des toilettes scolaires, le tabou social. En effet, une majorité d'enfants (56%) déclare être gênée de demander la permission d'aller aux toilettes, et près de la moitié n'a pas envie que les autres enfants le sachent ; une gêne d'autant plus prégnante chez les garçons, souvent par peur du harcèlement. 1 enfant sur 3 se plaint ainsi de camarades essayant d'ouvrir la porte ou de regarder lorsqu'ils sont aux toilettes, 29% de jeux d'eau dans les sanitaires et 25% de moqueries lorsqu'ils sont aux toilettes.

### **... mais une tendance relativement positive s'esquisse...**

Néanmoins, certains aspects vont dans la bonne direction. D'abord, en termes d'équipements. Les enfants sont par exemple moins nombreux à juger qu'il s'agit d'un endroit sale, qui sent mauvais et où il fait froid. 84% estiment qu'il y a du papier toilette à disposition contre seulement 72% en 2020. Le sentiment que les toilettes fonctionnent et sont bien équipées (chasse d'eau, robinets, lumière) progresse également. 60% de satisfaction en 2020 contre 71% cette année.

Côté parents, si ces derniers sont encore majoritaires pour indiquer que leur enfant rencontre des problèmes d'hygiène, de fonctionnement ou d'accès aux toilettes, la part de ceux préoccupés par le sujet des toilettes à l'école recule sensiblement par rapport aux dernières années : de 66% en 2020 à 58% en 2023. Le niveau de préoccupation projeté chez leurs enfants régresse aussi : les parents étaient 48% à penser que c'était un sujet de préoccupation pour leurs enfants en 2020 contre 43% aujourd'hui.

*« C'est un lieu de discrimination impensée dans notre responsabilité collective »* commente **Catherine Jacquet, Directrice du programme Les petits citoyens, Fédération Léo Lagrange**. *« Repenser les toilettes à partir des usages des enfants et les rendre acteurs du lieu en les responsabilisant est indispensable pour leur bien-être ».*

### **... car des solutions existent pour amplifier ce mouvement !**

Faute d'intimité et de surveillance, les toilettes sont devenues un espace d'impunité et le premier lieu de harcèlement scolaire. Sans intimité et sans surveillance, on envoie aux enfants le message que leur sécurité n'est pas assurée, et on laisse se mettre en place les conditions du harcèlement.

Or, la rénovation des toilettes se limite souvent à une réfection à l'identique du bâti au détriment d'une réflexion globale axée sur les besoins des enfants, en particulier en matière d'intimité. La suppression des urinoirs au profit de toilettes fermées est plébiscitée : 81 % des garçons iraient plus facilement aux toilettes dans ce cas. En parallèle, 59% des enfants qui évitent d'aller aux toilettes, iraient plus facilement avec des enfants de leur âge, pas avec des enfants plus grands. Il serait donc pertinent de réfléchir à une segmentation des toilettes par âge plutôt qu'en fonction du sexe.

Sur le terrain, plusieurs établissements ont déjà testé ces solutions avec succès.

Enfin, accélérer la sensibilisation et l'éducation fait aussi figure de priorité. A titre d'exemple, il est essentiel d'expliquer aux élèves les bonnes pratiques en matière d'hygiène. Selon 28% des parents, ce rôle doit être en priorité dévolu au personnel de l'école, de l'éducation nationale (16%) et des collectivités (15%). Une pédagogie indispensable, d'autant que seule une courte majorité de parents estime que leurs enfants ont reçu suffisamment d'informations concernant les règles d'hygiène autour de l'utilisation des toilettes de l'école.

*« Les solutions collectives pour un usage facilité et « décomplexé » des toilettes scolaires passent avant tout par un changement de modèle. La rénovation des toilettes doit avant tout s'orienter sur les besoins exprimés par les enfants. L'enjeu est de garantir leur intimité tout en bannissant l'impunité dont font l'objet les toilettes. C'est d'autant plus important qu'ils sont un lieu où on a le droit, fondamental, d'aller pour sa santé »,* affirme **Edith Mauréjous, sociologue et géographe, fondatrice de l'ARObE, l'Atelier Recherche Observatoire Egalité**, qui a mené des enquêtes et des projets de mise en œuvre de terrain sur les enjeux d'éducation, d'hygiène et de santé liés aux toilettes à l'école.

### À propos de A Nous les Toilettes

Depuis 2019, A Nous Les Toilettes est un collectif rassemblant entreprises, collectivités, parlementaires, experts et ONG ayant pour objectif d'améliorer l'hygiène et l'usage des toilettes à l'école et de contribuer à faire émerger des solutions pour inciter les enfants à s'y rendre plus facilement. <https://www.anouslestoilettes.fr/>

### À propos de Harpic

Harpic est une marque du groupe Reckitt, un acteur mondial de la santé, de l'hygiène et de la nutrition, présent dans plus de 190 pays. Depuis plus de 100 ans la marque Harpic œuvre pour une meilleure hygiène des sanitaires dans nos maisons et s'engage depuis 2019 auprès des acteurs locaux pour un accès à des toilettes propres, sûres et saines. Forte de son expertise, Harpic propose une gamme complète de produits efficaces et de qualité. En France et partout où elle est présente, la marque Harpic inscrit son action dans le 6e objectif du développement durable de l'ONU qui vise un accès universel et équitable à l'hygiène. Parce que notre santé se joue aussi dans nos toilettes.

### À propos de Essity

Essity, Groupe international leader dans l'hygiène et la santé, est engagé à améliorer le bien-être grâce à des produits et solutions essentiels à la vie quotidienne commercialisés dans environ 150 pays. Essity compte 48.000 collaborateurs dans le monde pour un chiffre d'affaires de 15 milliards d'euros en 2022.

En France, Essity compte 2.500 collaborateurs répartis sur 8 sites, dont un centre de Recherche et Développement mondial spécialisé dans l'hygiène papier en Alsace. Essity fabrique et commercialise des produits d'hygiène et de santé leaders sur leurs marchés à travers des marques de renom telles que Actimove, Cutimed, Delta-Cast, Demak'Up, JOBST, Leukoplast, Lotus, Nana, Okay, Radiante, TENA, Tensosport et Tork.

La France est le 4ème marché le plus important du Groupe au niveau mondial par le chiffre d'affaires.

Depuis plus de 13 ans, Essity est partenaire de la Croix-Rouge française et a permis la distribution de plus d'1 million de Kits Hygiène aux personnes défavorisées ou sans abri.

[www.essity.fr](http://www.essity.fr) - [@Essity\\_FR](https://twitter.com/Essity_FR).

### Contacts Presse :

- Emmanuelle Mathioudakis-Burney – 06 78 94 60 38 – [France.essity@omnicomprgroup.com](mailto:France.essity@omnicomprgroup.com)
- [Contact@anouslestoilettes.fr](mailto:Contact@anouslestoilettes.fr)